
Transparenzrating

Oliver Everling · Peter Schaub · Rolf Stephan
(Hrsg.)

Transparenzrating

Wege zur effizienten Analyse und
Bewertung der Rechnungslegung von
Unternehmen

Herausgeber

Dr. Oliver Everling
RATING EVIDENCE GmbH
Frankfurt am Main
Deutschland

Rolf Stephan
Soreco International AG
Zug, Switzerland

Peter Schaub
Information Desire
Software GmbH, Mainz
Deutschland

ISBN 978-3-8349-3365-2
DOI 10.1007/978-3-8349-7170-8

ISBN 978-3-8349-7170-8 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Einbandentwurf: KünkelLopka GmbH, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-gabler.de

Geleitwort

Das Bedürfnis nach Transparenz in der Unternehmensführung ist spätestens mit dem Gesellschaftsrecht entstanden. Denn wenn Eigentümer und Hauptverantwortlicher nicht mehr identisch sein müssen, entsteht zwangsläufig das Erfordernis der Rechenschaft. Aktionäre, Gesellschafter oder Teilhaber – sie alle wollen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie die wichtigsten Vorgänge im Unternehmen informiert sein. Dasselbe gilt für andere „Stakeholder“ wie Kreditgeber, Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden.

Daher legt das Gesellschaftsrecht, insbesondere bei Aktiengesellschaften, einen deutlichen Akzent auf die Pflicht der Geschäftsführung bzw. des Vorstands, Transparenz herzustellen. Das „Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich“, kurz KonTraG, trägt das Wort „Transparenz“ bereits in seinem Namen und unterstreicht damit, welchen Stellenwert der Deutsche Bundestag, der das KonTraG am 5. März 1998 verabschiedete, der Transparenz als tragendem Element der guten Unternehmensführung beimisst.

Seit Inkrafttreten des KonTraG am 1. Mai 1998 ist eine Menge geschehen: Nicht nur die rechtlichen Rahmenbedingungen haben sich weiterentwickelt, sondern vor allem auch die Informations- und Kommunikationstechnologien. In einem seinerzeit nicht geahnten Ausmaß haben sie die Transparenz von Unternehmen und auch von Finanzprodukten verändert – in zeitlicher, quantitativer und qualitativer Hinsicht. Die gleichzeitige und umfassende Information aller „Stakeholder“ eines Unternehmens ist heute dank Internet gang und gäbe.

Daraus entstehen neue Herausforderungen. Je mehr E-Mail, Internet und Netzwerke die Hürden der Informationsübermittlung eibebnen, desto höher schwillt die Informationsflut an. Ein ungeordnetes Überangebot aber ist das strukturelle Gegenteil von Transparenz. Immer umfangreichere gesetzliche Anforderungen an Offenlegung und Berichterstattung der Unternehmen helfen in dieser Situation alleine nicht mehr weiter. Wer heute den Überblick bewahren will, muss aus der Fülle der Daten diejenigen selektieren, die für ihn wirklich relevant sind. Das ist die Voraussetzung sachgerechter Entscheidungen von Unternehmern und Anlegern, und sachgerechte Entscheidungen der Marktteilnehmer sind die Voraussetzung einer funktionierenden Volkswirtschaft.

Hier kommt der Gedanke eines Transparenzratings ins Spiel, einer Benotung von Unternehmen unter dem Aspekt, ob ihre Informationspraxis eine solche Auswahl erleichtert.

Diese Frage geht weit über die Einhaltung gesetzlicher Mindeststandards hinaus, und sie kann nicht mit „ja“ oder „nein“, sondern nur differenziert beantwortet werden. Bei diesem wichtigen Thema stehen wir noch am Anfang. Erste Ansätze aus Theorie und Praxis zeigt das vorliegende Buch.

Der Ratinggedanke setzt auf den Ansporn zur steten Verbesserung: Jede Ratingskala zwingt dazu, bessere von schlechteren Leistungen zu unterscheiden und Kategorien guter, mittelmäßiger und schlechter Ergebnisse zu definieren. Transparenzrating leitet zur Konzentration auf das Wesentliche an, indem Kriterien entwickelt und angelegt werden, die das Kommunikations- und Informationsverhalten in quantitativer, qualitativer und zeitlicher Hinsicht beschreiben.

Es ist das Verdienst der Herausgeber, in diesem Buch Beiträge namhafter Autoren zusammengebracht zu haben, die ihre unterschiedlichen Auffassungen des Begriffs „Transparenzrating“ darlegen. Sie gehen nicht nur der Frage nach, wie Transparenz gemessen werden kann, sondern sie beleuchten auch ihre Bedeutung für die Unternehmensführung und die Umsetzung in der Praxis. Die Thematik des Buches berührt nicht nur börsennotierte, sondern auch mittelständische Firmen und darüber hinaus jeden Anleger, der sich von einem Rating Hilfe bei der Beurteilung der Transparenz von Aktienanlagen, Investmentfonds und anderer Finanzprodukte verspricht.

Wiesbaden
Februar 2012

Dieter Posch,
Hessischer Minister für Wirtschaft,
Verkehr und Landesentwicklung, a.D.

Inhalt

Teil I Einleitung	1
Transparenzratings im Überblick	3
Oliver Everling	
Transparenz und Wahrheit – Subjektive und objektive Grenzen von Transparenz	13
Andreas Fornefett	
Bedeutung des Transparenzratings für mittelständische Unternehmen	23
Horst Wagner	
Transparenzniveau aus interner und externer Sicht	35
Metehan Sen und Thomas Kluska	
Teil II Transparenz der Rechnungslegung	45
Interne und externe Berichterstattung im internationalen Mittelstand – die Kombination von Effizienz und Transparenz	47
Jochen Rütz	
Der Geschäftsbericht – alles andere als die Visitenkarte des Unternehmens	59
Jörg Baetge, Markus May und Tatjana Oberdörster	
Grenzen und Möglichkeiten des Ratings aus Unternehmenssicht	75
Andreas Dahmen und Björn Schürmann	
Teil III Transparenz von Immobilienaktiengesellschaften	93
Transparenz als Wettbewerbsvorteil von Immobilien-Aktiengesellschaften	95
Frank Schaich	
Transparenzrating für Immobilienaktiengesellschaften	105
Wolfgang Kubatzki	

Teil IV	Transparenz von Systemen und Prozessen	121
	Wege zur Transparenz im Finanzbereich – Problemfelder und Optimierungspotenziale	123
	Achim Schmitt und Thomas Schinkel	
	Transparenz als Erfolgsfaktor im Multiprojektmanagement	139
	Arvid A. Doerwald und Peter Schaub	
	Fast Close – schnell und transparent Herausforderungen für eine effiziente technische Unterstützung	147
	Horst G. Schönecker und Rolf Gebhard Stephan	
	Transparente Compliance Management Systeme	159
	Karl-Heinz Withus	
Teil V	Transparenz von Fonds	175
	Transparenzrating aus Fondssicht	177
	Rudolf Siebel	
	„Information-Rating“ – Transparenzrating für Investmentfonds	199
	Matthias Koss	
Teil VI	Transparenz von Forderungsbeständen	217
	Ratingverfahren – Grundlagen und Optimierung	219
	Bernd-Jürgen Falkowski	
	Risikobeherrschung im Forderungsbestand durch Rating – Funktionen und Nutzen für die Transparenz des Kundenportfolios	239
	Rudolf Keßler	

Mitarbeiterverzeichnis

Dr. Oliver Everling
Geschäftsführer der RATING EVIDENCE GmbH
Frankfurt am Main, Deutschland
E-Mail: oliver@everling.de

Horst Wagner
Hamburg, Deutschland
E-Mail: horst.wagner@pixelpark.com

Metehan Sen und Thomas Kluska
Frankfurt am Main, Deutschland
E-Mail: sen@franconofurt.de

Dr. Jochen Rütz
Stuttgart, Deutschland
E-Mail: Jochen.Ruetz@gft.com

Prof. Dr. Dr. h. c. Jörg Baetge, Markus May und Dr. Tatjana Oberdörster
Münster, Deutschland
E-Mail: 04mama@wiwi.uni-muenster.de

Dr. Andreas Dahmen und Björn Schürmann
Stuttgart, Deutschland
E-Mail: adahmen@vwd.com

Frank Schaich
München, Deutschland
E-Mail: frank.schaich@fair-value-reit.de

Wolfgang Kubatzki
Bad Homburg, Deutschland
E-Mail: wolfgang.kubatzki@feri.de

Achim Schmitt und Thomas Schinkel
Köln, Deutschland
E-Mail: Achim.Schmitt@ifb-group.com

Arvid A. Doerwald und Peter Schaub
Mainz, Deutschland
E-Mail: peter.schaub@infodesire.com

Andreas Fornefett
Kelkheim, Deutschland
E-Mail: andreas.fornefett@epotech-ag.de

Dr. Horst G. Schönecker und Rolf Stephan
Zug, Schweiz
E-Mail: rstephan@soreco.ch

Karl-Heinz Withus
Berlin, Deutschland
E-Mail: kwithus@kpmg.com

Rudolf Siebel
Frankfurt am Main, Deutschland
E-Mail: Rudolf.Siebel@bvi.de

Matthias Koss
Köln, Deutschland
E-Mail: koss@fondsadvice.de

Prof. Dr. Bernd-Jürgen Falkowski
München, Deutschland
E-Mail: bernd.falkowski@fh-stralsund.de

Rudolf Keßler
München, Deutschland
E-Mail: rudolf.kessler@baywa.com

Dieter Posch
Wiesbaden, Deutschland
E-Mail: wolfgang.harms@hmwvl.hessen.de